

06.06.2018  
Unternehmen

## Mehr Verkaufen durch Webinare

**Wer Kunden überzeugen will, muss Inhalte liefern. Nur wer echten Nutzwert statt hohler Werbephrasen bringt, bleibt nachhaltig in Erinnerung und kann sich über Umsatz freuen.**

### Investition in Webinare lohnt sich

„Professionelle Webinare mit hochkarätigen Speakern kosten zunächst einmal Geld“, sagt Markus Bendele. Der Projektmanager beim Consultingunternehmen tempus feilt derzeit am größten Online-Personalkongress Deutschlands. Mit 50 Webinaren in zehn Tagen und mehr als 10.000 Besuchern ist der [Online Personal-Kongress](#) bereits die Nummer eins im deutschsprachigen Raum. Nach der ersten Veranstaltung Mitte 2017 hat der junge Mann aber nochmal eine Schippe draufgelegt: National bekannte Redner wie Dirk Kreuter, Bodo Schäfer und Boris Grundl präsentieren Managementthemen in der zweiten Runde des live gestreamten Personalkongresses von tempus. Das Ziel ist es, Markenbildung und den Bekanntheitsgrad zu steigern. Der Event hilft aber auch dem Vertrieb, wenn er passgenaue Dienstleistungen anbieten kann. „Wir investieren in Technik, Werbung und die Redner. Die ganze Organisation liegt ebenfalls bei uns“, zählt Bendele auf. Bezahlen tun die erwarteten 25.000 Teilnehmer vom 30. Juli bis 10. August 2018 für den hochwertigen Content nichts.

Aber die gesammelten Adressdaten sind Gold wert, wenn man sie richtig einsetzt. „Eine gute Vorlage für unsere Berater, wenn sie wissen, welcher User sich für welches Thema interessiert hat. Außerdem ein guter Anknüpfungspunkt, wenn unser Vertrieb ins Verkaufsgespräch gehen will“, fasst der Projektleiter zusammen. Eine verbesserte Conversion vom Interessenten zum Auftraggeber konnte tempus dadurch bereits verzeichnen.

### Webinare entlasten den Vertrieb

Auch der Experte für digitale Bildung, die [IMC AG](#) aus Saarbrücken, nutzt Webinare zur Verkaufsförderung. Hier dienen die Live-Vorträge einerseits dazu, die Produkte des IT-Unternehmens zu erklären. „Software, Online-Plattformen und Lernumgebungen sind eben nichts, was man anfassen oder sich vorstellen kann. Wer unsere Produkte in einem Webinar gesehen hat, der versteht ihren Nutzen besser“, sagt Vorstand Christian Wachter.

Weiterer Vorteil: Die Mitschnitte der Veranstaltungen können später als Datenbank fungieren, in der man knifflige Fragen jederzeit nachschauen kann. „Auf diese Weise entlasten die Tutorials auch unsere Vertriebsmitarbeiter, indem sie nicht immer wieder dieselben Fragen beantworten müssen. Denn viele potenzielle Kunden informieren sich inzwischen über das Internet, bevor sie Kontakt aufnehmen“, so Wachter.

Aber IMC setzt nicht nur auf den reinen Verkaufseffekt. Durch Trend-Themen beim E-Learning, wie Performance Support und Virtual Reality, werden gezielt Entscheider aus Personal- oder Bildungsabteilungen in Unternehmen angesprochen und über aktuelle Entwicklungen informiert. „Wir bieten in diesen Formaten echten Nutzwert und formen unsere Marke. Wir wollen nicht vorrangig etwas verkaufen“, erklärt Wachter.

### Studie: Webinare werden kurz vor Schluss gebucht

Doch wie bekommen B2B-Unternehmen ihre Webinare voll? Die Plattform GotoWebinar hat jüngst eine Studie dazu vorgelegt. Veranstalter bewerben ihre Online-Seminare vor allem über Webseiten, Newsletter und über Partner.

So hat das auch Markus Bendele gemacht: „Alle unsere Referenten haben selbst kräftig die Werbetrommel gerührt und so gemeinsam mit uns einen großen Schneeball erzielt. Stichwort: Multiplikatoreffekt.“ Die sozialen Medien folgen laut Umfrage auf den mittleren Plätzen. Wenig genutzt für die Bewerbung von Webinaren werden Direktmailings und persönliche Telefonate. Wer kurz vor dem Termin nur wenige Anmeldungen zu verzeichnen hat, der sei unbesorgt. Die Studie fand im vergangenen Jahr heraus, dass sich mehr als zwei Drittel der Nutzer (69 %) erst in der Woche vor dem Webinar anmelden. Die Hälfte davon sogar am selben Tag.

\$storyAuthors



Webinare amortisieren sich schnell, indem sie den Vertrieb bei der Kundenakquise unterstützen. (Foto: Daniela Reichart)

## Weitere Artikel in dieser Kategorie

- [Das „Netzwerk der Besten“ treffen – auf der CEBIT 2018](#) 12.06.2018
- [Tempus gewinnt Arbeitgeber-Preis](#) 06.06.2018
- [Kaiserslauterer Wirtschaftsforscher: „Viele Unternehmen sichern geistiges Eigentum nicht ab.“](#) 04.06.2018
- [Erfolgskontrollen im Team fördern jeden einzelnen Vertriebsmitarbeiter](#) 04.06.2018
- [Wir schützen Hightech](#) 17.05.2018

- [Vorsprung durch Siebenmeilenstiefel](#) 16.05.2018
- [Perlen der Transformation](#) 15.05.2018
- [Erfolgsgeschichte mit weltweit gefragter Technik](#) 11.05.2018
- [Unternehmer sind Problemlöser](#) 08.05.2018

---

© by PT-Magazin Wirtschaft, Gesellschaft, Mittelstand

---